

Детерминанты демонстративного потребления студенческой молодежи

Современное украинское общество переживает глубокие трансформационные изменения, на фоне которых особенно актуализируется роль потребления как показателя определенного социального статуса и стиля жизни индивидов и групп.

Стиль жизни напрямую связан с культурными доминантами молодежного возраста, значимостью потребительских практик для формирования основных измерений личности. В поствоенной Европе и Америке, а также в странах бывшего Советского Союза наметились тенденции увеличения форм «чрезмерного», «болезненного» молодежного потребления и становления «потребительства» как доминанты ценностного мира молодого поколения. Однако детерминанты, факторы демонстративного потребления в молодежной среде пока не выявлены, что указывает на определенную научную новизну данной работы.

Как известно, наибольший вклад в данное направление социологии внес Т.Веблен со своей работой «Теория праздного класса», в которой он подчеркнул возрастающую роль демонстративного потребления как важнейшего публичного инструмента выражения платежеспособности («требование расточительности»). Но стоит также отметить существенное влияние таких авторов как М.Вебер, П.Бурдьё, Ж.Бодрийяр, Г.Зиммель, И.Гоффман, Р.Мезон, Р.Бокок, Д.Дж. Бурстин, В.В.Радаев, В.И.Ильин, А.Ю.Глухих.

В качестве основного метода исследования в рамках данной проблемы было использовано фокус-групповое интервью. Пилотажное исследование, в котором принимали участие студенты пятого курса экономического факультета ХНУ им.В.Н.Каразина, показало, что:

1) в связи с возрастанием степени экономической и ценностной нестабильности в нашей стране, все большую распространенность получают крайние формы выражения активности индивидов и групп, что проявляется, в частности, в практиках демонстративного потребления, которое все в большей мере приобретает статусное и символическое значение. Причем данная форма потребления находит свое отражение в молодежной среде, хотя последняя и не обладает собственным достаточным экономическим капиталом. Следовательно, демонстративное потребление для молодых людей — это некий способ самоидентификации и самовыражения, это проявление своеобразного стиля жизни, зачастую иллюзорного и поверхностного, навязанного извне;

2) демонстративное потребление не является лишь результатом высоких доходов и высоких притязаний, а имеет под собой глубокие социальные, культурные и психологические основания и потому затрагивает не только выходцев из высших слоев общества, но и остальную часть молодежи, которая стремится завоевать высокий статус за счет внешнего выражения. К таким факторам демонстративного потребления, в частности, относится: воспитание, социализация; система ценностей индивида; система ценностей общества; влияние СМИ, рекламы, массовой культуры, моды; урбанизация и глобализация; влияние сверстников, референтной группы, желание принадлежать к определенной субкультуре; статусные мотивы; желание выделиться, привлечь к себе внимание, эпатазировать публику; комплексы личности, компенсаторные практики.

Однако исторически особая роль в формировании гуманистических и высоких ценностей принадлежит системе образования, целенаправленная деятельность которой способна сформировать привлекательный образ достижения высокого статуса в обществе не за счет внешнего лоска, а за счет собственных интеллектуальных способностей, что обеспечит здоровую конкуренцию и реальную, а не символическую, социальную мобильность.